

# Tinjauan Penggunaan Jasa Transportasi Online Indrive dari Aspek Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Manado

Gracia Sumolang<sup>1</sup>, Injili Mongkareng<sup>1</sup>, Sandra Ingrid Asaloei<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia  
Email : : ilininstitute@gmail.com

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the user perspective on the use of Indrive online transportation, focusing on service quality, pricing, and promotions in relation to purchase decisions. The research employs a quantitative approach, utilizing a questionnaire as the data collection tool. The study population consists of residents of Manado City who use the Indrive application. The sample size includes 30 respondents, comprising 6 male and 24 female participants. The research findings indicate that the utilization of Indrive online transportation services in Manado City significantly influences respondents' purchase decisions, particularly in terms of service quality, pricing, and promotional activities.*

**Keywords:** Service Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tinjauan penggunaan transportasi online Indrive dari aspek kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui angket (kuisioner). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Manado yang menggunakan aplikasi Indrive. Dengan jumlah sampel 30 responden, yang terdiri dari 6 responden laki-laki dan 24 responden perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan jasa transportasi online Indrive terhadap keputusan pembelian di Kota Manado mempengaruhi kualitas pelayanan, harga dan promosi kepada responden.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

## PENDAHULUAN

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategi dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan.

Di Indonesia, bisnis transportasi online sebenarnya sudah ada sejak tahun 2010, akan tetapi bisnis berbasis aplikasi online baru mengalami perkembangan pada tahun 2015. Transportasi berbasis online sekarang semakin mendapatkan tempat di masyarakat, ada beberapa penyebab larisnya transportasi berbasis online di Indonesia adalah mudahnya tarif yang ditawarkan dan mudahnya akses untuk pemesanan. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi ditelepon pintar dan kemudian bisa dengan mudah melakukan pemesanan, tidak repot dan sangat praktis.

Dengan segala keunggulan tersebut maka tak heran jika pengguna transportasi berbasis online semakin bertambah. Menurut informasi sudah ada lebih dari 700 kota di 47 negara yang telah menikmati layanan dari indriver, perusahaan tersebut telah memiliki 600 mitra pengemudi dan sudah diunduh sebanyak 150 juta kali, (Indrive.com).

Keunggulan suatu pelayanan yaitu tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh pelayanan tersebut. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan konsumen dengan harapan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Dengan demikian, baik atau tidaknya kualitas pelayanan sangat tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna jasa secara konsisten dan berkesinambungan yang akan berdampak pada citra merek.

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan kesan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tidak beralih ke layanan transportasi online yang lain. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh jasa layanan/jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra. Harga juga peranan penting dalam mengkonsumsi kualitas dari jasa tersebut. Penentuan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase tertentu, di atas nilai atau besarnya biaya produksi.

Ada beberapa variabel yang mempopulasi konsumen dalam memutuskan penggunaan antara lain, adalah promosi, promosi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah erat hubungannya, hal ini dikarenakan promosi penjualan menjadi salah satu yang menentukan konsumen dalam memilih sebuah layanan (Muhammad Nur Fadli & Dody Salden Chandra, M, S.E., 2021). Salah satu promosi yang dilakukan oleh inDriver melalui media sosial memiliki peran yang sangat baik dalam menyampaikan informasi secara cepat serta memperkenalkan produk atau jasa yang dapat di lihat oleh banyak orang tanpa mengeluarkan biaya yang sangat mahal.

Dalam hal ini penetapan harga, promosi dan kualitas layanan yang baik dapat dilihat dan diketahui dari respon pelanggan terhadap produk jasa yang di tawarkan. Respon pelanggan bisa positif atau negatif. Pelanggan yang memberikan tanggapan positif terhadap harga kualitas jasa dapat diketahui melalui keputusan ulang yang diambilnya dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

### **Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil analisis data kualitas pelayanan merupakan faktor yang membepengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan transportasi online indrive. Maka indrive harus bisa mempertahankan kualitas pelayanan yang ada. Kotler (2009) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan keputusan penggunaan transportasi online inDriver, semakin berkualitas pelayanan semakin masyarakat melakukan penggunaan transportasi online inDriver bahkan melakukan penggunaan secara berulang, sebaliknya semakin buruk pelayanan, semakin turun pula motivasi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan.

### **Harga**

Dalam analisis data menunjukkan bahwa harga yang diberikan inDriver sesuai dengan yang diterima, maka harga inDriver harus dipertahankan dan menyesuaikan harga dengan kompetitor. Hal ini sejalan dengan pendapat (Haryanto, 2010) harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima.

Hal ini sejalan dengan pendapat (Tjiptono, 2015, hal. 152) yang menyatakan bahwa pada umumnya konsumen melakukan keputusan penggunaan transportasi online inDriver dengan melakukan pilihan alternatif, yaitu dengan membandingkan harga dan menyadari jika ingin mendapatkan kualitas yang baik pasti sesuai dengan yang ditentukan.

### **Promosi**

Promosi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan transportasi online inDriver. Untuk itu inDriver harus mempertahankan dan meningkatkan program promosinya yang selama ini dilakukan agar konsumen mengenal, mengajak dan membuat loyal konsumen (melakukan pembelian berulang). Semakin promosi tersebar luas, semakin konsumen mengetahui produk yang akan dipilih. Semakin sering dan efektif suatu kegiatan promosi, maka konsumen akan semakin mengenal produk dan akan melakukan penggunaan berulang.

Hal ini sejalan dengan pendapat (Wibowo, 2018, hal. 30) yang menyatakan bahwa promosi berperan penting dalam menginformasikan suatu hal ke konsumen dan pendapat (Sanjaya 2015), (Leksono & Herwin, 2017), (Kurnia, 2016), (Arianty, 2016) yang menyatakan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa.

### **Keputusan Konsumen**

Keputusan konsumen merujuk pada proses mental yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau layanan tertentu. Proses ini mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pilihan, pengambilan keputusan, dan pengevaluasian setelah pembelian. Keputusan konsumen dalam menggunakan layanan transportasi online seperti indrive dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kenyamanan, harga, kecepatan layanan, keamanan, dan reputasi penyedia layanan. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi dan keputusan konsumen terkait dengan pemilihan layanan transportasi online tertentu.

yang kompetitif dan nilai yang diberikan adalah penting. Pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan merupakan fokus utama dalam studi manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), 'Harga adalah salah satu elemen pemasaran yang paling penting karena memiliki dampak langsung pada pendapatan perusahaan dan keputusan pembelian pelanggan.' Harga yang sesuai dengan persepsi nilai produk atau layanan oleh pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan. Ketika pelanggan merasa mereka mendapatkan nilai yang baik untuk uang mereka, mereka cenderung lebih puas. Selain harga, lokasi juga memainkan peran kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Menurut Solomon et al. (2019), 'Lokasi toko atau bisnis memengaruhi kemudahan akses pelanggan ke produk atau layanan.' Ketika lokasi mudah dijangkau dan nyaman, pelanggan cenderung lebih puas karena pengalaman berbelanja atau bertransaksi menjadi lebih efisien. Sebaliknya, jika lokasi sulit diakses atau tidak sesuai dengan preferensi pelanggan, hal ini dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sangat terkait. Kombinasi harga yang bersaing dengan lokasi yang strategis dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Perusahaan yang memahami peran penting kedua faktor ini dalam membentuk kepuasan pelanggan dapat lebih berhasil dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi yaitu masyarakat kota Manado, dengan fokus untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan pembelian. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Rusiadi, 2014 penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih.

Teknik pengumpulan data sebagai berikut: (1) Kuesioner; dilakukan dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup, kemudian dibagikan kepada responden; (2) Waktu Penelitian; tanggal, bulan dan tahun dimana kegiatan penelitian dilakukan; (3) Studi pustaka; bahan pustaka serta berbagai referensi yang terkait dengan penelitian ini.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Menurut (Sugiyono, 2018). Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Manado dengan sampel 30 responden pengguna jasa transportasi online inDriver.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini penulisan mengelola data kuisioner dalam bentuk data yang terdiri dari 13 pilihan ganda dan 5 pertanyaan essay. Kuisioner yang disebarakan diberikan kepada 30 konsumen pengguna jasa Indrive di Kota Manado secara online.

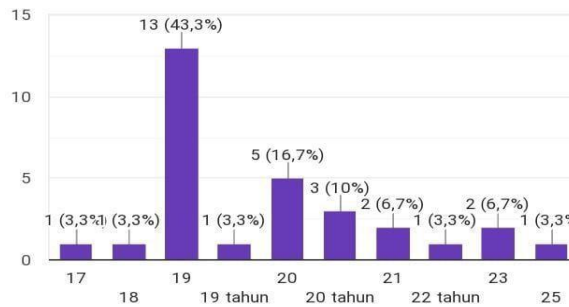
Data kuisioner yang disebarakan diperoleh beberapa karakteristik rseponden, yakni jenis kelamin dan usia. Respoden berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki 6 responden dan perempuan 24 responden. Dapat dilihat bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah konsumen indrive berjenis kelamin perempuan. Responden berdasarkan usia, yaitu satu orang 17 tahun, satu orang 18 tahun, 14 orang 19 tahun, 8 orang 20 tahun, 2 orang 21 tahun, 1 orang 22 tahun, 2 orang 23 tahun, dan 1 orang 25 tahun. Berdasarkan tinjauan diatas bisa dilihat bahwa presentase responden terdiri dari (79,9%) konsumen indrive yang berumur 17-20 tahun dan (20%) konsumen indrive yang berumur 21-25 tahun. Bisa ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah konsumen indriver yang berumur 17-20 tahun.

Presentase jawaban responden dari setiap pertanyaan pilihan ganda : (1). Seberapa sering anda menggunakan aplikasi indrive, “setiap hari” (23,3%), “beberapa kali seminggu” (50%), “beberapa kali sebulan” (26,7%). (2). Menurut anda, seberapa mudah menggunakan aplikasi indrive, “mudah” (63,3%), “sangat mudah” (36,7%). (3). Sejauh ini, berapa banyak anda melakukan pemesanan kendaraan melalui aplikasi Indrive, “1-5 kali” (23,3%), “6-10 kali” (10%), “lebih dari 10” (66,7%). (4). Bagaimana anda menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Indrive, “baik” (76,7%), “sangat baik” (10%), “standard” (13,3%). (5). Menurut anda, dari skala 1-5 seberapa akurat pemesanan kendaraan melalui aplikasi Indrive (misalnya kesamaan mobil/motor, pengemudi, atau plat nomor kendaraan), “1” (10%), “3” (36,7%), “4” (46,7%), “5” (6,7%). (6). Apakah anda merasa bahwa aplikasi Indrive sangat dibutuhkan guna menunjang kegiatan keseharian anda, “ya” (80%), “mungkin” (20%). (7). Menurut anda, seberapa terjangkau harga yang ditawarkan pada aplikasi Indrive, “sangat terjangkau” (10%) “cukup terjangkau” (90%). (8). Dalam aplikasi Indrive harga dapat disesuaikan dengan kemauan pelanggan, apakah anda pernah melakukan tawar menawar harga dengan pengemudi, “ya” (96,7%) “tidak” (3,3%). (9). Pada aplikasi Indrive, terdapat opsi jasa kurir, seberapa sering Anda menggunakan jasa kurir pada aplikasi Indrive, “selalu” (3,3%) “jarang” (60%) “tidak pernah” (36,7%). (10). Menurut pengalaman anda, apakah pengemudi pada aplikasi Indrive termasuk ramah pada penumpang, “ya” (76,7%) “mungkin” (23,3%). (11). Menurut anda, apakah aplikasi Indrive selalu ada dalam keadaan dan cuaca apapun disaat anda membutuhkannya, “ya” (93,3%) “tidak” (6,7%). (12). Selain aplikasi Indrive, apakah anda menginstal/pernah menginstal aplikasi transportasi lain, “ya” (63,3%) “tidak” (30%) “mungkin” (6,7%). (13). Jika Anda menjawab “Ya” pada pertanyaan sebelumnya, aplikasi apakah itu, “grab” (20%) “gojek” (23,3%) “maxim” (16,7%) “yang lain” (40%).

Table 1. Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Wanita	24	80,2 %
Pria	6	19,8 %
Jumlah	30	100 %

Dari jawaban responden diatas memperlihatkan bahwa keputusan penggunaan transportasi online indrive selalu menyediakan kualitas pelayanan yang dibutuhkan dan harga yang cukup terjangkau. Oleh karena itu indrive harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas agar konsumen melakukan pembelian berulang.



Gambar 1. Grafik Umur Responden

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa inDriver yaitu : (1). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online inDriver (2). Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online inDriver. (3). Secara simultan kualitas pelayanan, harga dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online inDriver.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan peneliti, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut : (1). Hendaknya pihak inDriver harus lebih meningkatkan lagi mutu pelayannya agar konsumen mau melakukan keputusan penggunaan dan melakukan penggunaan transportasi online inDriver secara berulang. (2). Untuk meningkatkan keputusan penggunaan konsumen, maka inDriver harus bisa mempertahankan harga yang ada sekaligus menyesuaikan harga yang ada dengan harga yang ditawarkan oleh kompetitor. (3). Hendaknya pihak inDriver harus meningkatkan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian berulang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mukti dan Kartini Aprianti. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffe. *Jurnal Bina Manajemen*, Vol. 10, No. 1 Hal 229-245.
- Cindy Zahfira. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online InDriver Di Kota Medan. *UMSU Repository*.
- Azmi, M. F., Suharyono, & Sunart. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan (Survei Pada Mahasiswa Yang Menggunakan Notebook Asus Universitas Brawijaya). *Neliti.com*.
- Gojek Super App: Ojek Online, Taksi Online, Pesan Makan, Kirim Barang, Pembayaran. *Gojek.com*.
- Layanan InDrive di Indonesia: Tawarkan Tarif Anda. *Indrive.com*
- R. D. S. (2019). InDriver, Inovasi Terbaru Aplikasi Transportasi Online Hadir di Manado. *BeritaManado.com*
- L. Y. Wenehenubun, I P. F. Rorong dan S. Y. L. Tumangkeng. (2023). Pengaruh Jam Kerja, Tarif Dan Jumlah Orderan Terhadap Pendapatan Driver Online (inDriver) di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol, 23, No. 8